

Design Thinking - Sichtweise definieren

Ganzheitliches Problemverständnis durch Perspektivwechsel: Point-of-View-Statements, How-Might-We-Fragen und SMARTe Ziele



30 – 40 min

Ziel der Übung

In diesem Arbeitsblatt lernen Sie, wie man ein **Point-of-View-Statement** (PoV-Statement) erstellt, darauf basierend **How-Might-We-Fragen** (HMW-Fragen) formuliert und schließlich die nunmehr besser verstandenen Probleme in **SMARTe Ziele** verwandelt, für die in der später folgenden Ideen-Phase des Design Thinkings („Ideen finden“) konkrete Lösungen gesucht werden.

Nach dem Bearbeiten dieses Arbeitsblatts können Sie ein präzises Point-of-View-Statement formulieren, daraus zielgerichtete How-Might-We-Fragen ableiten und die identifizierten Problemstellungen in SMARTe Ziele überführen. Sie haben damit eine belastbare Grundlage für eine Lösungsfindung erarbeitet, um die nächsten Prozessschritte strategisch zu planen.

1. PoV-Statement

Das PoV-Statement beschreibt die Bedürfnisse und Herausforderungen von Nutzer:innen oder einer Zielgruppe. Es basiert auf Beobachtungen und ermöglicht, die Problemstellung klar zu umreißen.

Formel: „[Person/Zielgruppe] braucht eine Möglichkeit/einen Weg, [Bedürfnis oder Ziel], weil [Einsicht/Herausforderung]“.

Beispiel: „Michael, ein Teamleiter, braucht eine Möglichkeit einen besseren Überblick über die fachlichen Ressourcen in seinem Team zu haben, weil die Fluktuation hoch ist und in neuen Projekten oft nicht klar ist, wer was einbringen kann.“

Elemente:

- Person / Zielgruppe (Wer ist betroffen?)
- Bedürfnis oder Ziel (Was will er/sie erreichen?)
- Herausforderung / Einsicht (Warum ist es eine Herausforderung?)

Ihre Aufgabe: Formulieren Sie ein PoV-Statement für Ihr Arbeits- oder Aufgabenfeld.

Eine Hilfestellung für das PoV-Statement finden Sie auf der Vorlage [\[Hinweis mit ID/Name, dass das nachher im Frontend leicht zu finden ist.\]](#).

2. HMW-Fragen

Nachdem Sie Ihr PoV-Statement erstellt haben, entwickeln Sie nun mehrere HMW-Fragen. Diese Fragen helfen, später in der Phase „Ideen finden“ kreative Lösungen für die identifizierte Herausforderung zu finden. Die HMW-Fragen sollten so formuliert sein, dass sie offen und lösungsorientiert sind.

Formel: „Wie können wir [Person / Zielgruppe] helfen, [Bedarf / Ziel], obwohl / trotz / da / weil / jedoch [Kontext / beeinflussende oder limitierende Faktoren / Problem].“

Beispiele: „Wie können wir Michael helfen einen besseren Überblick über die fachlichen Ressourcen in seinem Team zu haben, obwohl alle sehr eingespannt in laufenden Projekten sind und eigentlich keine Zeit für Austauschgespräche haben?“

Design Thinking - Sichtweise definieren

Ganzheitliches Problemverständnis durch Perspektivwechsel: Point-of-View-Statements, How-Might-We-Fragen und SMARTe Ziele

Wie können wir Michael helfen mehr (informellen) Austausch mit seinem Team zu haben, trotz der hohen Arbeitsauslastung?

Wie können wir Michael helfen sein Team zu motivieren ihre fachlichen Ressourcen sichtbarer zu machen, obwohl viele von ihnen schon lange im Unternehmen sind und die ständigen Teamleitungswechsel sie nerven?

Elemente:

- Person / Zielgruppe (Wer ist betroffen?)
- Bedürfnis oder Ziel (Was will er/sie erreichen?)
- Herausforderung / Einsicht (Warum ist es eine Herausforderung?)

Ihre Aufgabe:

- Formulieren Sie drei HMW-Fragen, die auf Ihrem PoV-Statement basieren.
- Wählen Sie die HMW-Frage aus, die das größte Potenzial bietet, und entwickeln Sie kreative Lösungsansätze.

Eine Hilfestellung für die HMW-Fragen finden Sie auf der Vorlage [\[Hinweis mit ID/Name, dass das nachher im Frontend leicht zu finden ist.\]](#).

3. SMARTe Ziele

Nachdem Sie mehrere How-Might-We-Fragen formuliert und eine als Grundlage kreativer Lösungsansätze ausgewählt haben, konkretisieren Sie nun Ihre Perspektive, indem Sie die Frage in ein SMART formuliertes Ziel überführen. Während HMW-Fragen bewusst offen und explorativ angelegt sind, schaffen SMARTe Ziele Verbindlichkeit und Handlungsorientierung. So legen Sie eine klare Grundlage, um in der Phase „Ideen finden“ gezielt Lösungen zu entwickeln, die überprüfbar und umsetzbar sind.

SMART-Kriterium	Aktion
Spezifisch (Specific)	Definieren Sie das Ziel präzise, basierend auf dem Problemverständnis
Messbar (Measurable)	Setzen Sie klare Kriterien, um den Fortschritt zu messen
Erreichbar (Achievable)	Achten Sie darauf, dass das Ziel realistisch und erreichbar ist
Relevant (Relevant)	Stellen Sie sicher, dass das Ziel zum Problem und zu den PoV-Statements passt
Terminiert (Time-bound)	Setzen Sie eine klare Frist, um das Ziel zu erreichen

Design Thinking - Sichtweise definieren

Ganzheitliches Problemverständnis durch Perspektivwechsel: Point-of-View-Statements, How-Might-We-Fragen und SMARTe Ziele

Beispiel:

Bis zum 30. Juni 2026 führt Michael ein zweiwöchentliches, 30-minütiges informelles Team-Check-in ein, an dem mindestens 80 % der Teammitglieder regelmäßig teilnehmen, um den fachlichen Austausch im Team strukturiert zu fördern.

SMART-Kriterium	Aktion
Spezifisch (Specific)	Einführung eines zweiwöchentlichen, 30-minütigen informellen Team-Check-ins
Messbar (Measurable)	Teilnahmequote von mindestens 80 %
Erreichbar (Achievable)	30 Minuten im Zweiwochenrhythmus sind trotz hoher Auslastung realistisch integrierbar
Relevant (Relevant)	Ziel adressiert direkt das identifizierte Problem, nämlich den mangelnden informellen Austausch
Terminiert (Time-bound)	Umsetzung bis zum 30. Juni 2026

Schritte zur Anwendung:

1. Reflexion und Fokussierung

- Prüfen Sie Ihr PoV-Statement und die entwickelten HMW-Fragen auf Konsistenz.
- Identifizieren Sie eine zentrale HMW-Frage, die strategisch relevant, anschlussfähig und realistisch bearbeitbar ist.
- Klären Sie (ggf. im Team): Welches Problem wollen Sie tatsächlich lösen?

2. Zielkonkretisierung

- Überführen Sie die priorisierte HMW-Frage in ein bis maximal zwei SMART formulierte Ziele.
- Vermeiden Sie Zielinflation: Qualität vor Quantität.
- Jedes Ziel muss klar operationalisierbar sein.

3. Validierung (ggf. im Team / mit Transferpartner:innen)

- Prüfen Sie die formulierten Ziele systematisch entlang der SMART-Kriterien.
- Klären Sie Verantwortlichkeiten, Realisierbarkeit und zeitliche Rahmung.
- Holen Sie, falls möglich, Feedback der betroffenen Zielgruppe oder Transferpartner:innen ein.